XV Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
19 a 21 de setembro de 2018 – São Paulo/SP

Produção científica sobre Competitividade e Turismo na base Scopus

Michele Cristina da Costa Silva[1]
Mirian Rejowski[2]

Resumo
Este artigo investigou a produção científica sobre competitividade e turismo em artigos publicados em periódicos da base Scopus, no período de 2013 a 2018 e no idioma inglês, com o objetivo de compreender o comportamento dessa produção cientifica na literatura especializada internacional. Parte de uma breve revisão da literatura sobre competitividade, destacando as abordagens de autores referenciais sobre o assunto. Na metodologia explica que o artigo é a primeira etapa de um estudo bibliométrico sobre a produção científica centrada em artigos de periódicos da base Scopus, partir de busca com a palavra "turismo" associada (*and*) à palavra "competitividade", e registro dos seguintes seus estratos de cada artigo selecionado: ano, título, periódico, editor (publicador), autores (nome, vínculo institucional e país/território de origem), resumo e palavras-chave. Como técnicas utilizou o ranqueamento de periódicos, autores e instituições, e a análise de conteúdo. Descreve e analisa os artigos identificados com utilização de técnicas bibliométricas a partir de duas amostras. Na primeira amostra, mapeou um total de 331 artigos no período, analisando a sua evolução temporal, e distribuição por periódico e autores. Destacou-se que 2017 foi o ano com maior número de publicações, a Hong Kong Polytechinic University como a instituição de vínculo dos autores, e a Espanha como o país de origem destes. Na segunda amostra, analisou 32 artigos publicados no *Tourism Management*, periódico escolhido por conter maior número de artigos no período. Em relação aos principais resultados obtidos, o local mais estudado foi a Espanha, reflexo da origem dos autores, e uma análise das palavras-chave, excluindo competitividade, mostrou que o principal foco temático está no estudo desta em destinos turísticos e depois em gestão do turismo, reforçando este como atividade econômica do mercado turístico. Os demais artigos dessa amostra enfocam em temas variados, cuja análise será desenvolvida com o aprofundamento do estudo em andamento.

Palavras-chave: Turismo; competitividade; produção científica; artigos; base Scopus.

[1] Aluna do Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi, Especialista em Administração de Marketing e Administração de Recursos Humanos, e Graduada em Gastronomia. Professora Colaboradora da Universidade do Vale do Sapucaí. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9512856548704497>. E-mail: michcostaa@gmail.com

[2] Livre Docente em Turismo e Lazer, Doutora e Mestre em Ciências da Comunciação e Graduada em Turismo pela Universidade de São Paulo. Professora Titular do Mestrado e Doutorado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi e Professora Sênior da Universidade de São Paulo. Currículo Lattes: <http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4787414J5>. E-mail: mirwski@gmail.com

1. Introdução

Os termos competitividade e turismo reúnem-se em diversos estudos, uma vez que a competitividade vem assumindo presença progressiva nas discussões de organizações, regiões e países no âmbito do turismo. Nota-se que a competitividade e suas interfaces com o turismo têm cada vez mais estimulado a realização de pesquisas e publicações decorrentes nos últimos cinco anos, conforme levantamento exploratório em bases de dados. Exemplificando, na base Scopus, uma busca simples dos termos *tourism and competitiveness* revelou, de 2003 a 2007, 151 artigos, de 2008 a 2012, 323 artigos, e de 2013 a 2017, 489 artigos, em todas as áreas e idiomas.

Diante disto, destaca-se que a competitividade no turismo, ou seja, a vantagem competitiva neste setor, decorre do resultado do aparecimento de novos destinos turísticos nas últimas décadas junto ao progresso das tecnologias da informação. Tais destinos turísticos são comercializados em um cenário extremamente competitivo que pode ser denominado de "mercado de lugares" (Limberger, Anjos & Fillus, 2012).

Por outro lado, o turismo, enquanto atividade econômica, tem sido propagado como um importante instrumento de desenvolvimento local e regional, com base em seus impactos positivos, como o efeito multiplicador e a geração de empregos (Barbosa, 2004). Evolução na qualidade dos produtos e serviços turísticos, medidas governamentais e institucionais, inovações e melhorias no transporte e nas comunicações, além de tantos outros fatores vêm contribuindo significativamente para o desenvolvimento do turismo global (Carmona, Costa & Ribeiro, 2014).

A competitividade no turismo pode ser medida pela capacidade de influência de diversos *stakeholders* nas atividades turísticas de um país, região ou zona, para atingir metas acima da média, de uma maneira sustentada e sustentável. Isso pode ser alcançado por concessões financiadas com lucros acima da média do setor e por ganhos sociais e ambientais decorrentes de intervenções de organizações e instituições públicas e/ou privadas, além de se obter a satisfação do turista. Sendo assim, o objetivo último da competitividade é atender da melhor forma possível às expectativas de todos os atores que participam na atividade turística (Silva, 2004).

Para melhor entender a importância deste assunto, desenvolveu-se a primeira etapa de um estudo bibliométrico, com foco nos artigos sobre "turismo e competitividade", publicados em periódicos indexados na base Scopus, delimitados ao idioma inglês e à área de *Business, Management and Accouting*, e publicados no período de 2013 a 2017. Buscou-se compreender o comportamento dessa produção cientifica na literatura especializada internacional, a fim de mapear seus aspectos formais e de conteúdo, e discutir os seus focos temáticos e locais de estudo de part*e dessa produção científica presente em um periódico altamente qualificado* – Tourism Managment.

Os procedimentos metodológicos da pesquisa, de caráter quanti-qualitativa, adotam técnicas avaliativas de ranqueamento dessa produção e análise temática a partir dos estratos do conteúdo dos artigos selecionados. Após uma revisão teórica de autores referenciais sobre competitividade, em termos de concepções e elementos, apresentam-se os resultados do estudo a partir da caracterização dos aspectos formais da primeira amostra, ou seja, de todos os artigos publicados no periódico. Em seguida, centra-se a análise temática e de locais de estudo na segunda amostra, a dos artigos publicados no periódico que apresentou maior produção no período.

2. Competitividade: concepções, abordagens e componentes

A vantagem competitiva no turismo é observada como a capacidade do destino para criar valor, agregando produtos que mantenham seus recursos, sustentando a posição de *market share* em relação aos seus competidores. Isso depende de diversas variáveis elevadas, porque o setor turístico já é considerado uma das principais atividades econômicas no que tange ao panorama internacional, o que faz com que evolua a quantidade de locais que queiram se aperfeiçoar com a ajuda ou mesmo mediante a competitividade, levando assim, a um crescimento da vantagem competitiva no turismo (Montanari & Giraldi, 2013), tal afirmativa ajuda a justificar a importância de se estudar esta pesquisa no contexto atual.

Segundo Porter (1999), em uma perspectiva industrial, competitividade é a habilidade ou talento resultante de conhecimentos adquiridos, capazes de criar e sustentar um desempenho superior ao desenvolvido pela concorrência. Porter (1999) também afirma que a essência da formulação estratégica consiste em enfrentar a competição. Realça-se que a vantagem competitiva deve ser fruto de uma estratégia (Porter, 1991) que buscará um diferencial que deve ser competitivo (Trindade, 2011). É a capacidade de criar mais valor do que os rivais, e, portanto, gerar maiores retornos sobre o investimento (Faoro, Olea, Roesch, & Abreu, 2014).

Entende-se que o aperfeiçoamento do turismo pode ser visto em termos de vantagem competitiva, pois para uma atividade se desenvolver e ser avaliada bem acertada em termos internacionais, o setor deve proporcionar vantagem competitiva em relação aos melhores concorrentes em escala global (Porter, 1999).

A competitividade de destinos turísticos tornou-se uma temática cada vez mais estudada por pesquisadores em todo mundo, área de interesse não só do meio acadêmico, mas de órgãos públicos, em busca dos potenciais benefícios econômicos e sociais da atividade turística (Domareski, 2011). Chim-Miki e Batista-Canino (2016) corroboram que a competição é uma estratégia de negócios que está recebendo uma crescente atenção em pesquisas científicas.

É de fundamental importância que os destinos turísticos se transformem em unidades integradas de planejamento e gestão, tendo como objetivo reunir diversas instituições e órgãos

administrativos relacionados à atividade para a avaliação, planejamento e execução das decisões estratégicas para o desenvolvimento (Gândara, 2004). Atualmente, a competição entre destinos turísticos norteia-se pelo surgimento exponencial de diversas formas de oferta por parte dos concorrentes, entendidas como generalistas, especializadas ou diversificadas (Valls, 2006).

A competitividade do setor do turismo envolve muitos fatores, tais como o ambiente natural (localização geográfica, paisagens, clima, etc.), meio ambiente criado (transportes turísticos, infraestrutura de abastecimento de lazer e entretenimento, serviços, lojas de comercio, rede de hotéis) e a globalização dos mercados (Navickas & Malakauskaite, 2009). Montanari e Giraldi (2013) evidenciaram em seu estudo, possíveis fontes de vantagem competitiva no turismo, que são: o sistema regulamentador, a infraestrutura e meio-ambiente e os recursos humanos, culturais e naturais.

Trindade (2011) contempla a vantagem competitiva como aquela que: agrega mais valor aos clientes; proporciona o potencial máximo de posicionamento sustentável; produz eficácia operacional; foca-se na tecnologia e inovação; é preponderante e sustentável aos negócios, produtos e serviços no longo prazo; é viável mediante a eficácia organizacional. Nesse sentido, a busca por maior competitividade no turismo pode ser entendida como resultado do surgimento de novos destinos turísticos, em especial nas últimas décadas, juntamente com os avanços tecnológicos (Limberger, Anjos, & Fillus, 2012).

Para Chim-Miki e Batista-Canino (2016) vislumbram a competição como um comportamento resultante da cooperação competitiva que ocorre entre redes, organizações ou dentro das organizações, incluindo relações entre concorrentes, fornecedores, empresas complementares, agências governamentais, população local e clientes, como resultado de ações conjuntas para atingir um objetivo comum, apesar de seus interesses individuais, gerando co-criação de valor e co-produção. Considera-se a competição turística ao comportamento que assume cooperação e competição ao mesmo tempo e que ocorre entre dois ou mais atores do destino turístico, a fim de promover o seu desenvolvimento como um produto integral.

Para Carmona, Costa e Ribeiro (2014), a evolução na qualidade dos diversos produtos e serviços turísticos, inovações no campo das comunicações e transportes e medidas governamentais, institucionais e empreendedoras, além de outros fatores, vêm contribuindo ao longo do tempo, significativamente para o desenvolvimento do turismo global. Para os autores, esses aspectos, aliados a formas de organização mais integradas de regiões, cidades e localidades, tornam a competitividade dos destinos turísticos cada vez mais importantes para países que pretendem aumentar e desenvolver seu mercado turístico. Evidencia-se que este aspecto é particularmente relevante para os países que são dependentes do turismo, onde o crescimento da indústria de viagens é significativo para o desenvolvimento nacional e regional (Carmona, Costa, & Ribeiro, 2014).

A competitividade é uma preocupação transversal das sociedades contemporâneas. Em todas as atividades, não só as econômicas, busca-se a competitividade. O conceito extravasou os domínios organizacionais e, por exemplo, territórios e pessoas também lutam pela competitividade. Ser competitivo passou a ser um desígnio, a condição para tudo o que se pretenda alcançar. Mas ser competitivo pressupõe a existência de oposição, de disputa, enfim, de competição (Águas, Grade, & Souza, 2003).

3. Metodologia

O processo de pesquisa científica se inicia com um problema, pergunta ou dúvida, que motiva os pesquisadores a procurarem informações sobre um dado tema em bibliotecas e bases bibliográficas digitais (Tasca, Ensslin, Ensslin, & Alves, 2010). Para mensurar, interpretar e avaliar os resultados obtidos das buscas, pesquisadores recorrem a técnicas bibliométricas, que são análises quantitativas com fins de mensurar a produção e disseminação científica (Araújo, 2006).

A bibliometria é um conjunto de métodos de pesquisa em constante evolução, desenvolvido pela Biblioteconomia e pelas Ciências da Informação, que utiliza análises quantitativa, estatística e de visualização de dados não só para mapear a estrutura do conhecimento de um campo científico, mas também como uma ferramenta primária para a análise do comportamento dos pesquisadores em suas decisões na construção desse conhecimento (Vanti, 2002).

Segundo Vasconcelos e Lezana (2014), a pesquisa bibliométrica gera conhecimento sobre a produção científica, uma vez que relata as principais questões abordadas, os autores e suas afiliações, as revistas mais relevantes, entre outras informações. A análise bibliométrica é importante no turismo como resultado da avaliação externa da qualidade da pesquisa, interesse em fatores de impacto e prestígio, e estudo do desenvolvimento do campo (Hall, 2011).

Este artigo apresenta-se como a primeira etapa de um estudo bibliométrico sobre a produção científica centrada em artigos de periódicos da base Scopus com foco na competitividade em turismo. Adota técnicas avaliativas de ranqueamento de periódicos, autores e instituições, e de análise temática de estratos do conteúdo dos artigos (Benckendorff & Zeher, 2013).

A base Scopus foi escolhida por ser a base de maior abrangência e cobertura de periódicos na área do Turismo, e por dispor de uma série de ferramentas de apoio e análise dos dados pesquisados. A busca de artigos nessa base foi feita no dia 27 de abril de 2018, a partir das palavras *tourism and competitiveness*, ano de publicação *>2012 <2018*, tipo de documento *article*, subárea *Business, Managment and Accounting*, e idioma *english*. A pesquisa foi realizada em cinco etapas como apresentado na Figura 1.

Figura 1 – Etapas da pesquisa bibliométrica

Etapa 1	Busca na base de dados Scopus de artigos sobre competitividade e turismo publicados em inglês no período de 2013 a 2018.
Etapa 2	Filtro pela área temática Negócios, Gestão e Contabilidade e registro dos estratos em planilha excel.
Etapa 3	Caracterização geral dos artigos com base nos dados coletados e na ferramenta de análise de resultados da base Scopus.
Etapa 4	Seleção de amostra de 32 artigos publicados no periódico *Tourism Managment*.
Etapa 5	Análise das palavras-chave e locais de estudo. Discussão dos focos temáticos frente à literatura de competitividade.

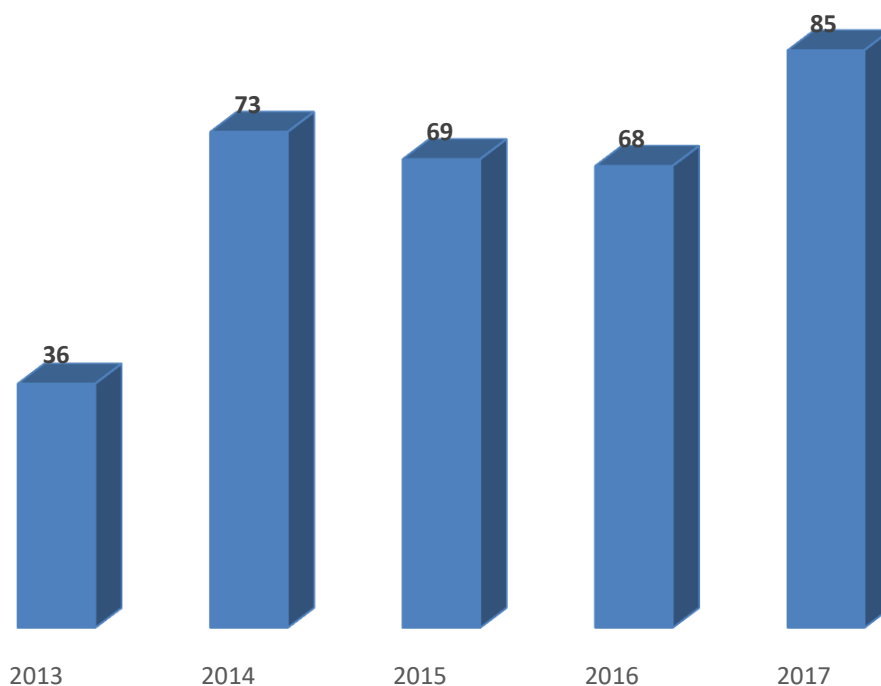
Fonte: elaboração das autoras (2018).

A primeira amostra da pesquisa reuniu 331 artigos, cujos resultados são apresentados a partir da caracterização geral (ano, periódico e editora) e da autoria (autores, vínculo institucional e país/território de origem). Tendo em vista analisar a competitividade em turismo no âmbito dos negócios, como já citado na Introdução, selecionaram-se os artigos publicados em um periódico altamente qualificado em função dos seguintes critérios: a) periódico com o maior número de artigos no período; b) periódico que concentrou os artigos com maiores citações na base; c) classificado em um dos estratos superiores da lista Qualis da CAPES – Coordenadora de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. Assim o periódico selecionado foi o *Tourism Management* com 32 artigos, classificado como A1 nessa lista. Os artigos dessa segunda amostra foram analisados quanto ao seu conteúdo, a partir dos locais de estudo, palavras-chave, sendo discutidas as temáticas frente ao referencial teórico sobre o assunto.

4. Resultados e Discussão

4.1 Caracterização geral dos artigos

Os 331 artigos levantados na base Scopus sobre Turismo e Competitividade apresentam uma oscilação de 2013 a 2017 (Figura 2), com decréscimo da produção em 2015 e 2016, mas com retomada do crescimento em 2017, ano que registra a maior quantidade de artigos sobre competitividade e turismo (85) e competitividade. A média anual no período foi de 66,2 artigos, o que sugere um tema consolidado na literatura turística em língua inglesa.

Figura 2 – Artigos sobre Turismo e Competitividade na base Scopus, de 2013 a 2017

Fonte: elaboração das autoras com base em dados da Scopus (2018).

Essa produção se distribuiu em 96 diferentes periódicos, com uma variação de 1 a 32 artigos. A maior frequencia de artigos apareceu em dois periódicos - Tourism Management (32) e Tourism Economics (22), que juntos totalizaram cerca de 16% da produção. Os principais periódicos são publicados por editoras comerciais, como Elsevier, Sage e Taylor & Francis, oriundas principalmente do Reino Unido e dos Estados Unidos. A Figura 3 mostra os principais periódicos, ou seja, os que publicaram 10 ou mais artigos no período.

Figura 3 – Artigos sobre competitividade e turismo por principais periódicos Scopus – 2013-2017

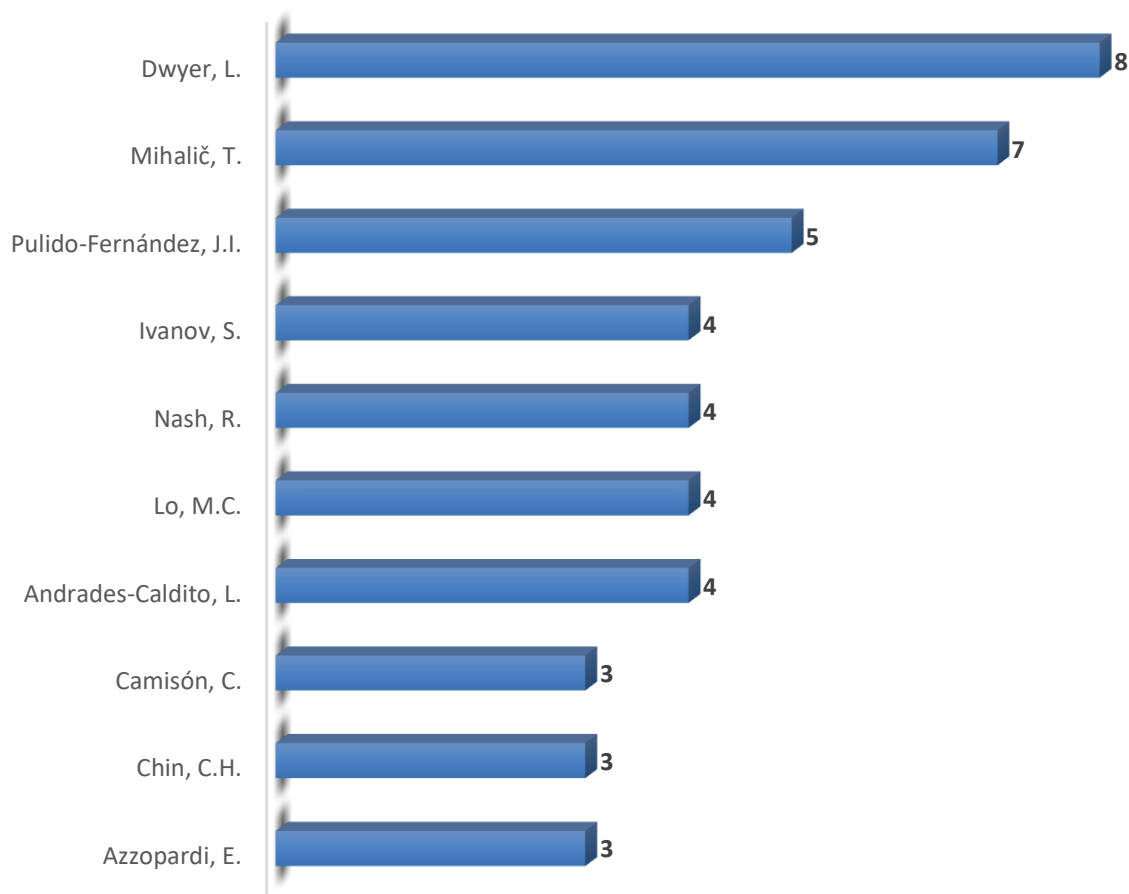
Tourism Management 32
Tourism Economics 22
Current Issues In Tourism 14
International Journal Of Tourism Research 13
Worldwide Hospitality And Tourism Themes 11
Tourism Analysis 11
Journal Of Environmental Management And Tourism 11
Journal Of Destination Marketing And Management 10
Journal Of Travel Research 10

Fonte: elaboração das autoras com base em dados da Scopus (2018).

Nota-se, assim, que a competitividade em turismo interessa preferencialmente a periódicos de turismo e hospitalidade voltados preferencialmente a aspectos econômicos, administrativos (gestão) e marketing. Esporadicamente o assunto aparece em periódicos de outras áreas, como cultura e geografia. Interessante apontar que o periódico *Competitiveness Review* publicou somente 2 artigos sobre turismo.

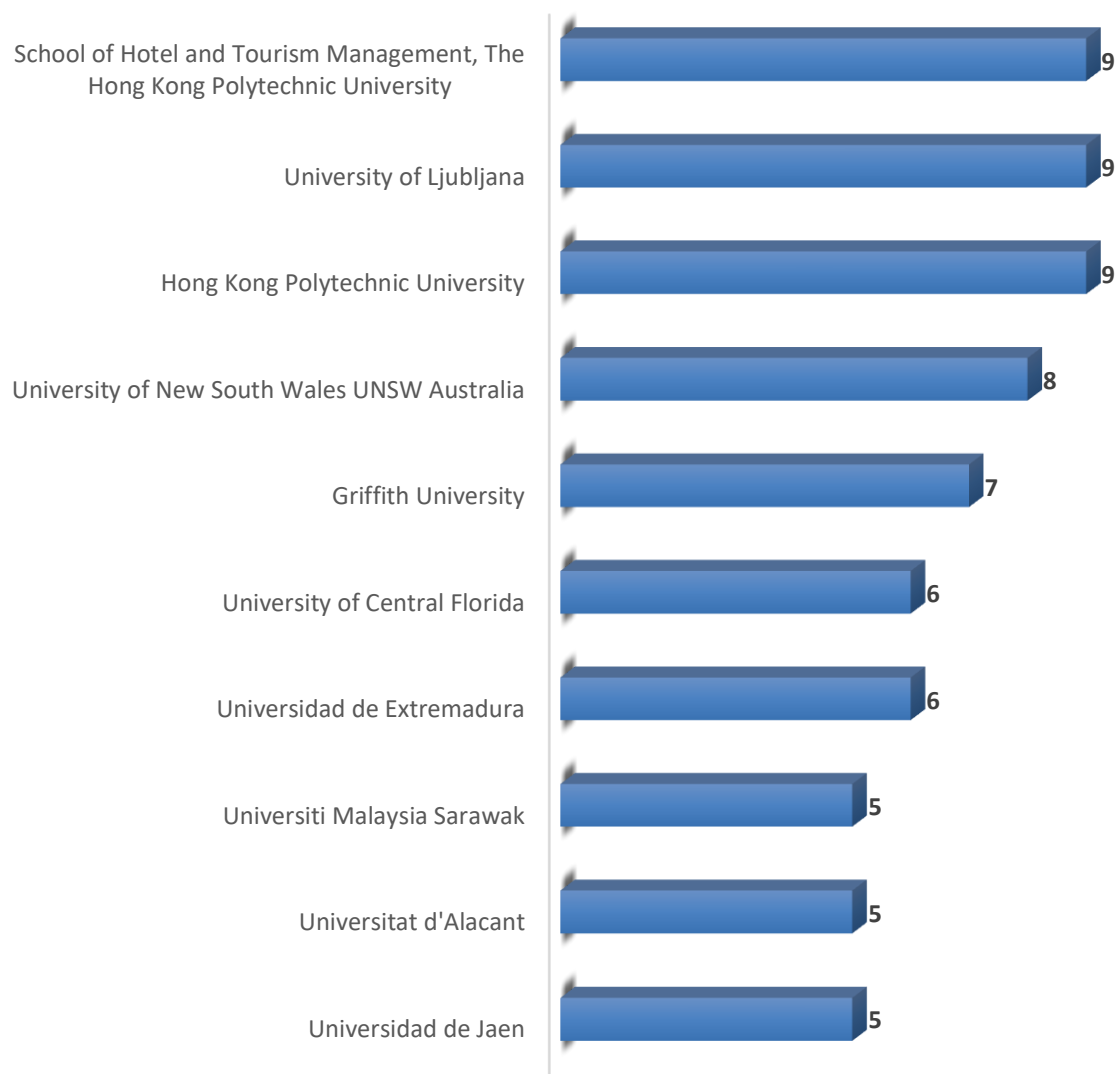
4.2 Autoria

Os artigos foram publicados por 157 diferentes autores, com uma frequência de 1 a 8 artigos por autor. Na Figura 4 tem-se os dez principais autores, liderados por L. Dwyer e T. Mihalič.

Figura 4 – Principais autores dos artigos sobre Competitividade e Turismo dos periódicos da base Scopus – 2013 a 2017

Fonte: elaboração das autoras com base em dados da Scopus (2018).

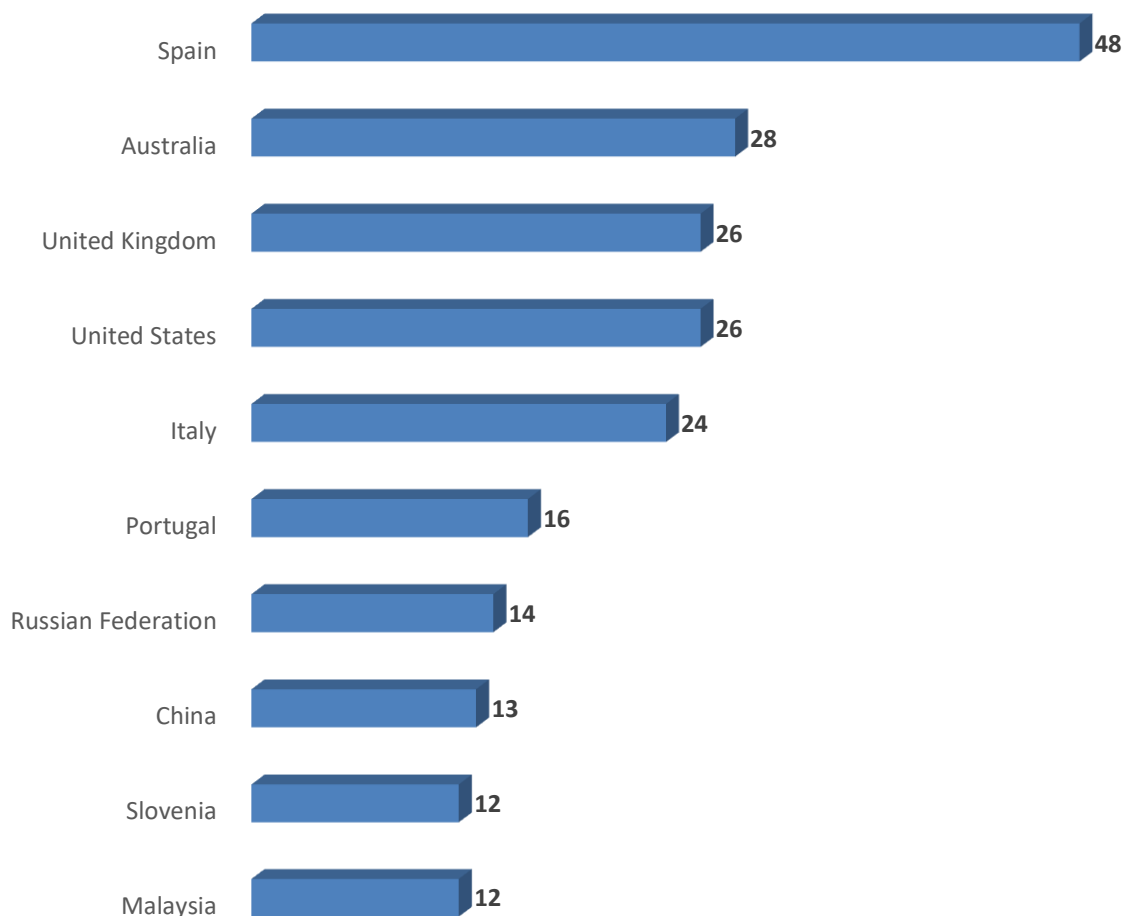
Os vínculos institucionais desses autores distribuem-se por 317 diferentes instituições, principalmente universidades, sendo as principais mostradas na Figura 5. A *Hong Kong Polythecnic University* 18 artigos no período, sendo metade deles da sua *School of Hotel and Tourism Management*, seguida da *University of Ljubljana*, *University of New South Wales U.* e *Griffith University*.

Figura 5 – Principais instituições dos autores por artigos sobre Competitividade e Turismo nos periódicos Scopus – 2013 a 2017

Instituição	Artigos
School of Hotel and Tourism Management, The Hong Kong Polytechnic University	9
University of Ljubljana	9
Hong Kong Polytechnic University	9
University of New South Wales UNSW Australia	8
Griffith University	7
University of Central Florida	6
Universidad de Extremadura	6
Universiti Malaysia Sarawak	5
Universitat d'Alacant	5
Universidad de Jaen	5

Fonte: elaboração das autoras com base em dados da Scopus (2018).

A origem dos autores se distribui por 74 países e 1 indefinido (Figura 6). A maior concentração da origem dos autores mostra a Espanha e a Austrália em destaque, seguidos pelo Reino Unido, Estados Unidos e Itália.

Figura 6 – Principais países/territórios de origem dos autores de artigos sobre competitividade e turismo nos periódicos Scopus – 2013 a 2017

Spain 48
Australia 28
United Kingdom 26
United States 26
Italy 24
Portugal 16
Russian Federation 14
China 13
Slovenia 12
Malaysia 12

Fonte: elaboração das autoras com base em dados da Scopus (2018).

Na lista completa da origem dos autores observou-se que a produção de autores da América Latina ainda é pequena - Brasil (3), Chile (3) e México (2). Alguns países da América Central aparecem com apenas 1 autor (Costa Rica, Jamaica e Nicarágua). A seguir trata-se do conteúdo dos artigos da segunda amostra da pesquisa, ou seja, publicados no principal periódico dos artigos investigados.

4.3 Análise temática e locais de estudo

O *Tourism Management* é um periódico voltado aos aspectos de gestão e dos negócios turísticos, sendo que entre 2013 a 2017 publicou 32 artigos sobre turismo e

competitividade, como já citado. É editado pela Elsevier, é um periódico líder na área, com fator de impacto em 2016 de 4.707, que adota uma abordagem interdisciplinar com foco em aspectos de planejamento e política de turismo ao lado de estudos específicos de gestão nessa área. Ressalta-se que a escolha desse periódico também levou em conta os artigos em ordem decrescente de citações na base – 66 a 11 -, cujos artigos figuram nas primeiras colocações desse *ranking*.

Tabela 2 – Títulos e autores dos artigos do periódico *Tourism Management* sobre competitividade e turismo – 2013 a 2017

Título	**Autor**	**Ano**
A critical evaluation of importance-performance analysis	Azzopardi & Nash	2013
Developing and testing a model of exhibition brand preference: The exhibitors' perspective	Jin & Weber	2013
How competitive is Hong Kong against its competitors? An econometric study	Li, Song, Cao & Wu	2013
Airline alliances: Mobilizing network resources	Casanueva, Gallego, Castro & Sancho	2014
Improving importance-performance analysis: The role of the zone of tolerance and competitor performance. The case of Taiwan's hot spring hotels	Chen	2014
Innovation in tourism: Re-conceptualising and measuring the absorptive capacity of the hotel sector	Thomas & Wood	2014
Investigating attitudes towards three South American destinations in an emerging long haul market using a model of consumer-based brand equity (CBBE)	Bianchi, Pike & Lings	2014
Requirements for destination management organizations in destination governance: Understanding DMO success	Volgger & Pechlaner	2014
Seaside tourism and eco-labels: The economic impact of Blue Flags	Capacci, Scorcu & Vici	2014
The antecedents of memorable tourism experiences: The development of a scale to measure the destination attributes associated with memorable experiences	Kim	2014
The role of individual entrepreneurs in the development of competitiveness for a rural tourism destination - A case study	Komppula	2014
Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations?	Webster & Ivanov	2014
A genetic algorithm-based learning approach to understand customer satisfaction with OTA websites	Hao, Yu, Law & Fong	2015
A rough set-based corporate memory for the case of ecotourism	Huang,Liang, Tseng & Wong	2015

Competing for the disability tourism market - A comparative exploration of the factors of accessible tourism competitiveness in Spain and Australia	Domínguez Vila, Darcy & Alén González	2015
Destination competitiveness challenges: A Ugandan perspective	Ayikoru	2015
Dynamic capabilities driving an eco-based advantage and performance in global hotel chains: The moderating effect of international strategy	Leonidou, Leonidou, Fotiadis & Aykol	2015
Environmental strategies and organizational competitiveness in the hotel industry: The role of learning and innovation as determinants of environmental success	Fraj, Matute & Melero	2015
Importance-performance analysis: A valid management tool?	Sever	2015
Is tourism firm competitiveness driven by different internal or external specific factors?: New empirical evidence from Spain	Camisón & Forés	2015
The effect of ICT on relationship enhancement and performance in tourism channels	Berné, García-González, García-Uceda & Múgica	2015
The effect of the rural tourism policy on non-farm income in South Korea	Hwang & Lee	2015
The effects of quality and environmental management on competitive advantage: A mixed methods study in the hotel industry	Molina-Azorín, Tarí, Pereira-Moliner, López-Gamero & Pertusa-Ortega	2015
Tourism product development and product diversification in destinations	Benu & Bramwell	2015
Coopetition and sustainable competitive advantage. The case of tourist destinations	Della Corte & Aria	2016
Successful managerial behaviour for farm-based tourism: A functional approach	Park,, Doh & Kim	2016
The critical success factors for a travel application service provider evaluation and selection by travel intermediaries	Lin	2016
Aggravated fragmentation: A case study of SME behaviour in two emerging heritage tourism regions	McCamley & Gilmore	2017
Building composite indicators in tourism studies: Measurements and applications in tourism destination competitiveness	Mendola & Volo	2017
Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges	Andrades & Dimanche	2017
Destinations strategic groups via Multivariate Competition-based IPA	Guizzardi & Stacchini	2017
The influence of knowledge-based factors on taxi competitiveness at island destinations: An analysis on tips	García-Almeida & Klassen	2017

Fonte: elaboração das autoras (2018).

Os países de origem dos autores de artigos publicados no periódico *Tourism Management* totalizaram em 23, sendo a Espanha o país com maior concentração de autores (4), seguido da Itália (3) e China (3). Reino Unido (2), Coreia do Sul (2), Hong Kong (2), Autrália (2) e Taiwan (2) aparecem em seguida. Países da America do Sul como Brasil, Chile e Argentina constaram apenas uma vez, assim como os doze países restantes que estão apresentados na nuvem da Figura 7.

Figura 7 – Nuvens dos países com maior concentração de autores dos artigos do periódico *Tourism Management* sobre competitividade e turismo – 2013 a 2017

Fonte: elaboração das autoras (2018) com base nos dados Scopus do periódico.

Para análise das palavras-chave, foram considerados os termos do index de cada artigo e somente na inexistência destes utilizaram-se as palavras-chave. Os termos considerados totalizaram 114 palavras-chave, com destaque para competitiveness (29) e tourist destination (21), seguidas por *tourism* associado a *management* (14) e *development* (9). A Figura 8 apresenta a nuvem dessas palavras para melhor visualização.

Figura 8 – Nuvens das palavras-chave dos artigos do periódico *Tourism Management* sobre competitividade e turismo – 2013 a 2017

Fonte: elaboração das autoras (2018) com base nos dados Scopus do periódico.

Com base na análise dos títulos, resumos e palavras-chave dos artigos do periódico *Tourism Management*, pode-se fazer conexões entre os focos de estudo e as abordagens teóricas dos autores citados no referencial teórico sobre o assunto.

Notou-se que quatro artigos abordaram pesquisas relacionadas ao estudo de Trindade (2011), no qual esse autor conceitua a vantagem competitiva como aquela que agrega mais valor aos clientes; proporciona o potencial máximo de posicionamento sustentável; produz eficácia operacional; foca-se na tecnologia e inovação; é preponderante e sustentável aos negócios, produtos e serviços no longo prazo; e é viável mediante a eficácia organizacional.

No artigo intitulado *Environmental strategies and organizational competitiveness in the hotel industry: The role of learning and innovation as determinants of environmental success*, Fraj, Matute e Melero (2015) examinam as ligações entre estratégias ambientais

proativas, capacidades organizacionais e competitividade. Já os artigos *Importance-performance analysis: A valid management tool?* (Sever, 2015) e *A genetic algorithm-based learning approach to understand customer satisfaction with OTA websites* (Hao, Yu, Law & Fong, 2015) enfocam a avaliação do valor e da satisfação do cliente como diferencial competitivo, como se constata no trecho do resumo destes últimos autores:

> Em um mercado extremamente competitivo, é cada vez mais importante para as agências de viagens on-line (OTAs) entender a satisfação do cliente de diferentes segmentos. O método de pesquisa tem sido amplamente usado para obter tal entendimento. No entanto, poucos estudos anteriores sobre os negócios de turismo e hospitalidade propuseram soluções inteligentes para analisar esses dados de pesquisa para entender as preferências dos clientes em diferentes critérios para diferentes segmentos e para determinar como os clientes obtêm satisfação geral em diferentes critérios. (Hao, Yu, Law & Fong, 2015, p. 231).

No quarto artigo deste grupo, com o título *The critical success factors for a travel application service provider evaluation and selection by travel intermediaries*, Lin (2016) aborda como a tecnologia de informações auxilia a criar diferenciação e assim traz vantagem entre os competidores.

Montanari e Giraldi (2013) afirmam que as possíveis fontes de vantagem competitiva são o sistema regulamentador, a infraestrutura e meio-ambiente e os recursos humanos, culturais e naturais. Conectam-se com este assunto outros três artigos. O artigo intitulado *The effects of quality and environmental management on competitive advantage: A mixed methods study in the hotel industry* (Molina-Azorín, Tarí, Pereira-Moliner, López-Gamero & Pertuga-Ortega 2015) apresenta relações entre qualidade e gestão ambiental e a vantagem competitiva. Os artigos Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges (Andrades & Dimanche, 2017) e The influence of knowledge-based factors on taxi competitiveness at island destinations: *An analysis on ti*ps (García-Almeida & Klassen, 2017) citam que a infraestrutura atua como desenvolvimento do turismo e diferencial competitivo. Ainda, Andrades et al. (2017) reforçam esse pensamento já citado, ao afirmarem que com novas políticas de fronteira e o desenvolvimento de infraestrutura de viagens, o turismo internacional para a Rússia registrou um crescimento de dois dígitos nos últimos anos.

Para Porter (1999), a essência da formulação estratégica consiste em enfrentar a competição e em uma perspectiva industrial, competitividade é a habilidade ou talento resultante de conhecimentos adquiridos, capazes de criar e sustentar um desempenho superior ao desenvolvido pela concorrência. Para esse autor, com base em Trindade (2011), a vantagem competitiva deve ser fruto de uma estratégia que buscará um diferencial que deve ser competitivo. É a capacidade de criar mais valor do que os rivais, e, portanto, gerar maiores retornos sobre o investimento (Faoro, Olea, Roesch, & Abreu, 2014).

Diante das afirmações desses autores, pode-se destacar os artigos *A critical evaluation of importance-performance analysis* (Azzopardi & Nash, 2013), *Requirements for destination management organizations in destination governance: Understanding DMO success* (Volgger & Pechlaner, 2014) e *How competitive is Hong Kong against its competitors? An econometric*

study (Li et al., 2013) que tratam da análise de desempenho em relação ao concorrente, como se nota na citação abaixo:

> Este estudo utiliza modelos de sistema de demanda quase ideal (AIDS) para examinar a competitividade de Hong Kong como um destino turístico internacional em comparação com seus concorrentes. As descobertas empíricas do estudo lançaram nova luz sobre a literatura de competitividade de destino e demonstram que a competitividade de um destino deve ser examinada de uma perspectiva específica de mercado. Os resultados também sugerem que Hong Kong é mais competitiva do que Macau, particularmente em termos de capacidade de atrair turistas australianos e chineses, enquanto os cálculos de elasticidade de preço sugerem que Cingapura e Coréia do Sul são mais competitivas do que Hong Kong. (Li et al., 2013, p.247)

Chim-Miki e Batista-Canino (2016) defendem a competição turística ao comportamento que assume cooperação e competição ao mesmo tempo e que ocorre entre dois ou mais atores do destino turístico, a fim de promover o seu desenvolvimento como um produto integral. De acordo com este pensamento, pode-se associar os artigos *Airline alliances: Mobilizing network resources* (Casanueva et al., 2014) e *Coopetition and sustainable competitive advantage* (Della *The case of tourist destinations* em que os autores *Della Corte & Aria (2016)* apontam que pesar da coopetição[3] melhorar o desempenho das empresas, deve-se levar em conta a confiança entre parceiros.

Carmona, Costa e Ribeiro (2014) afirmam que a evolução na qualidade de diversos produtos e serviços turísticos, inovações em comunicações, transportes e medidas governamentais, institucionais e empreendedoras, além de outros fatores, contribuem para o desenvolvimento do turismo global e são de importância para a competitividade turística. Em relação a este posicionamento, destaca-se trecho do resumo do artigo *Tourism product development and product diversification in destinations*, cujos autores abordam o tema produtos turísticos:

> Este artigo desenvolve dois arcabouços conceituais que auxiliam na análise e compreensão das características, relacionamentos e opções estratégicas associadas ao desenvolvimento de produtos turísticos, concentração, diversificação e intensificação de destinos. As características e opções do produto turístico aqui consideradas incluem o desenvolvimento de produtos de turismo de nicho e de massa, diversificação paralela e integrativa e sinergias temáticas e espaciais entre produtos. É apresentada uma tipologia de opções estratégicas para o desenvolvimento e montagem de produtos turísticos em destinos, baseada no grau de intensificação e de concentração e diversificação dos produtos turísticos. (Benur & Bramwell, 2015, p. 213)

[3] Coopetição é o termo gerado pela união das palavras "cooperação" e "competição". Consiste em um conceito emergente a respeito do comportamento de cooperação competitivadade entre empresas, ou seja, elas cooperam para atingir determinado objetivo e competem na hora de dividir os ganhos (Winckler & Molinari, 2011).

O restante dos artigos foi analisado apenas quanto ao seu conteúdo, pois não fizeram uma conexão direta com o referencial teórico. Este trabalho será realizado em uma análise posterior, com enfoque em maior aprofundamento dos autores no tema de competitividade. Trata-se de diversos temas, ou seja, sobre gerenciamentos de destinos, turismo como crescimento econômico, análises para avaliação da qualidade, análises de percepções dos clientes, estratégias de marketing como diferencial competitivo, análises de fatores que tornam um destino competitivo para o mercado de turismo acessível, estratégias de melhoria de desempenho gerencial para vantagem competitiva, Teoria da Visão Baseada em recursos (VBR) como diferencial competitivo em empresas turísticas, preocupação ambiental e ecoturismo como vantagem competitiva, análise de potenciais turísticos de um país, construção de relacionamento com o cliente como diferencial competitivo e incentivo de empresas turísticas no engajamento de atividades de responsabilidade social coorporativa.

5 Conclusão

Este artigo teve como objetivo investigar o perfil e a produção acadêmica sobre competitividade e turismo, sob a ótica dos periódicos internacionais encontrados na base Scopus, durante o período de 2013 a 2017. Para tanto, utilizou-se de análises bibliométricas para mapear e compreender os focos de estudo dessa produção científica.

Foram encontrados 331 artigos com distribuição irregular de 2013 a 2017, mas com retomada do crescimento no ano de 2017, sendo este o ano com maior número de publicações. É interessante ressaltar também que o periódico *Tourism Management*, foi o que mais publicou artigos sobre competitividade e turismo no período.

Os artigos foram publicados por 157 diferentes autores, com uma frequência de 1 a 8 artigos por autor, sendo L. Dwyer, o autor mais profícuo com oito artigos publicados. No que tange aos vínculos institucionais, destacou-se a *Hong Kong Polythecnic University* como a instituição mais produtora, e em relação à origem dos autores, a Espanha foi o país com maior concentração destes.

Particularmente o mapeamento e análise dos 32 artigos publicados no periódico *Tourism Management*, possibilitou atestar a conexão do referencial teórico com os focos de estudo dos artigos. Quanto ao local de estudo, a Espanha o país com maior concentração de artigos (23), resultado que não surpreendeu, pois a maioria dos autores tinha origem nesse país. Das 114 palavras-chave dos artigos, excluindo *competitiveness*, destacou-se *tourist destination*, seguida de *tourism mangement*, indicando que o estudo da competitividade se foca preferencialmente em destinos turísticos, mas trata também da gestão do turismo em organizações, atrações e destinos, o que reforça o turismo como atividade econômica no âmbito do mercado turístico.

Acredita-se que os resultados obtidos nesta pesquisa, além de terem atingido os objetivos propostos, oferecem contribuições para o avanço dos estudos de competitividade e turismo. Como um trabalho inicial com apoio da análise bibliométrica, ficou claro que os

resultados da segunda amostra centrados nos artigos do periódico *Tourism Management* não podem ser generalizados aos da primeira amostra de artigos, mas apresentam fortes indícios do comportamento dessa produção, a serem investigados em profundidade. Nesse sentido, espera-se que pesquisadores se motivem a investigar o assunto abrindo novas possibilidades para a disseminação e publicação de estudos na interface entre turismo e administração.

6 Referências

Águas, P., Grade, A., & Souza P. (2003). Competitividade turística regional: avaliação nos principais mercados, 1991-2001 . *Estudos Regionais*, *1*, 29-52.

Andrades, L., Dimanche, F. (2017). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism Management,62,* 360-376.

Araújo, C. A. A. (2006). Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. *Em Questão*, 12, (1), 11-32.

Ayikoru, M. (2015). Destination competitiveness challenges: A Ugandan perspective. *Tourism Management, 50*, 124-158.

Azzopardi, E & Nash, R. (2013). A critical evaluation of importance-performance analysis. *Tourism Management*, *35*, 222-233.

Barbosa, F. F. (2005). O turismo como um fator de desenvolvimento local e/ou regional. *Caminhos de Geografia 10* (14)107-114.

Benkendorff, P., Zehrer, A**.** (2013). A network analysis of tourism research. *Annals of Tourism Research, 20*(20), 121-149.

Benur, A.M., Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, *50,* 213-224.

Berné, C., García-González, M., García-Uceda, M. E., & Múgica, J. M. (2015). The effect of ICT on relationship enhancement and performance in tourism channels. *Tourism Management, 48*, 188-198.

Bianchi, C., Pike, S., & Lings, I. (2014). Investigating attitudes towards three South American destinations in an emerging long haul market using a model of consumer-based brand equity (CBBE). *Tourism Management, 42*, 215-223.

Camisón, C., & Forés, B. (2015). Is tourism firm competitiveness driven by different internal or external specific factors?: New empirical evidence from Spain. *Tourism management, 48,* 477-499.

Capacci, S., Scorcu, A. E., Vici, L. (2015). Seaside tourism and eco-labels: The economic impact of Blue Flags. *Tourism Management, 47*, 88-96.

Carmona, V.C., Costa, B. K., & Ribeiro, H.C.M. (2014). Competitividade e turismo: estudo da produção científica internacional. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 8*(2), 01-221.

Casanueva, C., Gallego, A. Castro, I., & Sancho, M. (2014). Airline alliances: Mobilizing network resources. *Tourism Management, 44*, 88-98.

Chen, K-Y. (2014). Improving importance-performance analysis: The role of the zone of tolerance and competitor performance. The case of Taiwan's hot spring hotel. *Tourism Management*, *40*, 260-272.

Chim-Mik, A.F, & Bastista-Canino, R.M. (2016). La investigación sobre coopetición: Estado actual del conocimiento y sus implicaciones en los estudios turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo, 25*, 399 – 415.

Della Corte, V., & Aria, M. (2016). Coopetition and sustainable competitive advantage. The case of tourist destinations. *Tourism Management,54,* 524-540.

Domareski, T, C. (2011). *A Competitividade das Destinações Turísticas: O Caso de Foz do Iguaçu (PR), Brasil*. Dissertação de Mestrado em Turismo e Hotelaria, Univali, Balneário Camboriú, SC, Brasil.

Domínguez Vila, T., Darcy, S., & Alén González, E. (2015). Competing for the disability tourism market - A comparative exploration of the factors of accessible tourism competitiveness in Spain and Australia. *Tourism Management, 47,* 261-272.

Faoro, R. R., Olea, P. M., Roesch, S. M. A. e Abreu, M. F. (2014). Diferenciação e foco para obtenção de vantagem competitiva: o caso da beta sistemas. *Revista Eletrônica de Administração, 20* (3), 838-856.

Fraj, E., Matute, J., & Melero, I. (2015). Environmental strategies and organizational competitiveness in the hotel industry: The role of learning and innovation as determinants of environmental success. *Tourism Management, 46*, 30-42.

Gândara, J. M. G. (2001). *La imagen de calidad ambiental urbana como recurso turístico: el caso de Curitiba, Brazil. 2001*. 471 fl. Tese de Doutorado em Turismo e Desenvolvimento Sustentável – Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Las Palmas de Gran Canaria, Espanha.

Guizzardi, A., & Stacchini, A. (2017). Destinations strategic groups via Multivariate Competition-based IPA. *Tourism Management, 58*, 40-50.

García-Almeida, D. J., & Klassen, N. (2017). The influence of knowledge-based factors on taxi competitiveness at island destinations: An analysis on tips. *Tourism management, 59*, 110-122.

Hall, C.M (2011). Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism. *Tourism Management*, *32*, 16-27.

Hao, J.-X., Yu, Y., Law, R. & Fong, D.K.C. (2015) A genetic algorithm-based learning approach to understand customer satisfaction with OTA websites. *Tourism Management*, *48*, 231-241.

Huang, C-C., Liang, W-Y., Tseng, T-L., & Wong, R-Y. (2015). A rough set-based corporate memory for the case of ecotourism. *Tourism Management, 47*, 22-33.

Hwang, J., & Lee, S. (2015). The effect of the rural tourism policy on non-farm income in South Korea. *Tourism Management, 46,* 501-513.

Jin, X., & Weber, K. (2013). Developing and testing a model of exhibition brand preference: The exhibitors' perspective. *Tourism Management, 38,* 94-104.

Kim, J-H. (2014). The antecedents of memorable tourism experiences: The development of a scale to measure the destination attributes associated with memorable experiences. *Tourism Management, 44*, 34-45.

Kompulla, R. (2014). The role of individual entrepreneurs in the development of competitiveness for a rural tourism destination – A case study. *Tourism Management,40*, 361-371.

Leonidou, L. C., Leonidou, C. N., Fotiadis, T. A., & Aykol, B. (2015). Dynamic capabilities driving an eco-based advantage and performance in global hotel chains: The moderating effect of international strategy. *Tourism Management, 50*, 268-280.

Li, G., Song, H., Cao, Z., & Wu, D.C. (2013). How competitive is Hong Kong against its competitors? An econometric study. *Tourism Management, 36*, 247-256.

Limberger, P. F., Anjos, F. A., & Fillus, D. (2012). Análise da implantação e operação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Itajaí (SC). *Caderno Virtual de Turismo, 11*(1), 78-94.

Lin, S. (2016). The critical success factors for a travel application service provider evaluation and selection by travel intermediaries. *Tourism Management, 56*, 126-141.

McCamley, C., & GIlmore, A. (2017). Aggravated fragmentation: A case study of SME behaviour in two emerging heritage tourism regions. *Tourism Management, 60*, 81-91.

Mendola, D., & Volo, S. (2017). Building composite indicators in tourism studies: Measurements and applications in tourism destination competitiveness. *Tourism Management, 59*, 541-553.

Molina- Azorin, J. F., Tarí, J. J., Pereira-Moliner, J., & López-Gamero M.D. (2015) The effects of quality and environmental management on competitive advantage: A mixed methods study in the hotel industry. *Tourism Management, 50*, 41-54.

Montanari, M. G., & Giraldi, J. de M. E. (2013). Competitividade no turismo: uma comparação entre Brasil e Suíça. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 7* (1), 92-113.

Navickas, V., & Malakauskaite A. (2009). The possibilities for the identification and evaluation of tourism sector competitiveness factors. *The Economic Conditions of Enterprise Functioning, 1*(6), 37 -44.

Park, D-B., Doh, K-R., & Kim, K-H. (2014). Successful managerial behaviour for farm-based tourism: A functional approach. *Tourism Management, 45*, 201-210.

Porter, M. E. (1991) *Vantagem competitiva: criando e sustentando o desempenho superior.* Rio de Janeiro: Campus.

Porter, M. E. (1999) *Competição: estratégias competitivas essenciais.* 11. ed. Rio de Janeiro: Elsevier.

Sever, I.(2015). Importance-performance analysis: A valid management tool?. *Tourism Management*, *48*, 43-53.

Silva, J. A. S. (2004). *Turismo, crescimento e desenvolvimento: uma análise urbano-regional baseada em cluster*. Tese de Doutorado em Geografia. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, USP, São Paulo, SP Brasil.

Tasca, J., Ensslin, L., Ensslin, S.R., & Alves, M.B.M. (2010) An approach for selecting a theoretical framework for the evaluation of training programs. Journal of European Industrial *Training*, *34*, 631-655.

Thomas, R., & Wood, E. (2014). Innovation in tourism: Re-conceptualising and measuring the absorptive capacity of the hotel sector. *Tourism Management*, *45*, 39-48.

Trindade, D. P. (2011) *Vantagem competitiva no turismo regional: uma análise do turismo na região metropolitana da baixada santista*. Dissertação de Mestrado em Administração, Unisantos, Santos, SP, Brasil.

Valls, Josep-Francesc. *Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis*. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

Vanti, N. (2002). Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento. *Ciência da Informação, 31*(2), 152-162.

Vasconcelos, A.M. & Lezana, A.G.R. (2014). Análisis bibliométrico de la producción científica de 2002 a 2012 sobre calidad em servicios turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo, 23*, 645 – 667.

Veal, A. J. (2011). *Metodologia de pesquisa em lazer e turismo*. Tradução Gleice Guerra, Mariana Aldrigui. São Paulo: Aleph.

Volgger, M., & Pechlaner, H. (2014). Requirements for destination management organizations in destination governance: Understanding DMO success. *Tourism Management, 41*, 64-75.

Webster, C., & Ivanov, S. (2014). Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations?. *Tourism Management, 40*, 137-140.

Winckler, N. C. & Molinari, G. T. (2011) Competição, colaboração, cooperação e coopetição. *Revista ADMpg Gestão Estratégica*, *4* (1), 1-12.